

7. Методология и методы социальной психологии / Отв. ред. Е.В. Шорохова. М., 1977.
8. Методы социальной психологии / Под ред. Е.С. Кузьмина, В.Е. Семенова. Л., 1977.
9. Минаева Н.С., Попова С.Н. Роль психолога – профессионала в кадровом агентстве // Психологический вестник Уральского гос. ун-та. Вып.2. Екатеринбург, 2001.
10. Организационная психология. Хрестоматия. М., 2000.
11. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. СПб., 2000.
12. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999.
13. Социальная психология: учебное пособие / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М., 2002.
14. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия: Учеб.-практ. пособие. М., 2000.
15. Управление персоналом организации: Практикум: Учеб. пособие / Под ред. А.Я. Кибанова. М., 2001.
16. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. М., 1998.

Э.Г. Кугелева, А.Г. Вавилова, И.Г. Мухина

ОЦЕНКА ЛИЧНОСТНОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЫХ МЕНЕДЖЕРОВ Г. ПЕРВОУРАЛЬСКА С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ С. ШВАРЦА

Данное исследование проводилось в рамках областного проекта «Новые управленцы», организованного кадровым консультационным центром «Персонал-парк». Проект осуществляется в различных городах Свердловской области в форме открытого конкурса для молодых менеджеров и преследует такие основные цели:

- 1) целевой поиск и выявление перспективных управленцев в муниципальных образованиях Свердловской области;
- 2) оценка уровня подготовленности менеджеров, их управленческого потенциала;
- 3) формирование управленческого кадрового резерва муниципальных образований.

Первоуральск стал третьим городом Свердловской области, после Новоуральска и Красноуфимска, в котором реализуется проект «Новые

управленцы», и первым городом, где для оценки личностного и управленческого потенциала нами использовалась методика выявления ценностных ориентаций С.Шварца.

Опросник Шварца достаточно редко встречается в литературе, еще не получил широкого распространения среди психологов, поэтому мы считаем необходимым рассказать о нем более подробно.

Опросник Шварца представляет собой список из 58 ценностей,¹ каждую из которых необходимо оценить по степени важности для респондента по шкале от 0 (ценность совсем не значима) до 6 (ценность очень важна). В особых случаях возможны оценки: -1 (ценность противоречит основным принципам жизни респондента), и 7 (важнейшая ценность, являющаяся руководящим принципом жизни). В списке присутствуют следующие ценности²: *самостоятельность, забота о себе, интеллект, богатство, социальная безопасность, традиции, вежливость, успех, религиозность, мир на земле, разнообразная жизнь, здоровье, послушание, мудрость, удовольствие, согласие с самим собой, власть, свобода, настоящая любовь, репутация, отвага, широта взглядов* и др. Список составлен без учета какой-либо логической последовательности.

Методика Шварца была избрана нами потому, что позволяет одновременно измерять ценности на индивидуальном и культурном уровнях. В изучении ценностей на индивидуальном уровне метод Шварца соперничает с известной методикой изучения ценностных ориентаций Рокича. Этот уровень измерений использовался нами для дифференциальной оценки участников. Культурный же уровень позволяет описать ценностные ориентации всей совокупности респондентов. На данном аспекте мы и хотели бы остановиться в этой статье.

Существует множество ценностей, по которым могут быть сравнимы разные группы людей. Одни ценности имеются во всех обществах, другие – лишь в некоторых. Чтобы для исследовательских целей ограничить множество культурных ценностей небольшим числом

¹В работах Н.М. Лебедевой речь идет о 57 ценностях [1, 2]. К сожалению, нам не была доступна информация о том, какая из использовавшихся Шварцом ценностей не была включена в опросник, применявшийся Н.М. Лебедевой.

²Существует несколько вариантов перевода данного опросника на русский язык. Перевод нашей версии несколько отличался от того, который описывает в своих работах Н.М. Лебедева. Так, например, ценность «безопасность семьи» у Н.М. Лебедевой переводится как «защита семьи», а ценность «осмысленность существования» как «смысл жизни». Данные различия делают сравнение полученных результатов не всегда корректным, так как семантическое сходство некоторых терминов можно подвергнуть сомнению. Например, «забота о себе» и «потакание себе», «принятие жизни такой, какая она есть» и «довольство своим местом в жизни».

измерений, теоретики высказали предположение о том, что культурные измерения ценностей отражают основные проблемы, с которыми сталкивается общество, организуя человеческую деятельность. По мнению Шварца, измерения культурных ценностей отражают альтернативные решения группами основных проблем [1]. Культурные варианты решения каждой из этих проблем располагаются вдоль биполярных осей:

1. Консерватизм – Автономия;
2. Иерархия – Равноправие;
3. Мастерство – Гармония.

1) В культурах, располагающихся на полюсе «консерватизма», личность рассматривается как принадлежащая группе, видящая смысл жизни в социальных связях, идентификации с группой и разделении общего образа жизни. Пример ценностей этого типа: *социальный порядок, традиции, безопасность семьи и самодисциплина*. В культурах, находящихся на полюсе «автономии», личность рассматривается как независимая, уверенная в себе, ценящая свою уникальность, стремящаяся выразить собственные внутренние качества (личностные черты, чувства, мотивы, предпочтения) и поощряемая к этому. Выделяют два взаимозависимых типа автономии: «интеллектуальную автономию», основанную на независимости идей и праве индивида следовать своими собственными интеллектуальными путями (*любопытность, творчество*), и «аффективную автономию», означающую независимость устремлений индивида к переживанию позитивных эмоций (*удовольствие, наслаждение жизнью, жизнелюбие*).

2) В культурах, расположенных на полюсе «иерархии», иерархическая система ролевых предписаний обеспечивает социально ответственное поведение. Люди учатся подчиняться обязанностям и правилам, предписанным их ролями, и наказываются, если не делают этого. Этот тип ценностей опирается на легитимность неравного распределения власти, ресурсов и ролей (*власть, богатство, послушание*). Культуры, лежащие на полюсе «равноправия», рассматривают индивидов, как равных перед моралью и разделяющих основные человеческие интересы. В людях воспитывается внутренне согласие с ценностью добровольного объединения с другими и заботы об их благе. Этот тип ценностей основан на преодолении эгоизма (*равенство, свобода, ответственность, честность*).

3) В культурах, располагающихся на полюсе «мастерства», люди активно стремятся подчинить себе и изменить природный и социальный мир, контролировать и использовать его в личных или групповых

интересах. Этот тип ценностей основан на продвижении вперед посредством активного самоутверждения (*успех, компетентность, отвага*). Культуры на полюсе «гармонии» принимают мир таким, каков он есть, пытаясь скорее сохранить, чем изменить или использовать его. Этот тип ценностей основан на установлении гармонии со средой (*единство с природой, защита окружающей среды, принятие жизни такой, какая она есть*).

Существуют различные факторы формирования культурных ценностей: исторические, экономические, технологические, политические, религиозные и проч. С.Шварц и А.Барди в своих работах стремились объяснить разницу между западноевропейскими и восточноевропейскими ценностными профилями. В их исследованиях начала 90-х годов было выявлено, что такие ценности, как «консерватизм» и «иерархия» более важны в Восточной, чем в Западной Европе. С другой стороны, такие ценности, как «равноправие», «мастерство», «интеллектуальная» и «аффективная автономия» были значительно менее выражены у представителей Восточной Европы.

Ценностное основание для развития системы свободного предпринимательства (ценности «автономии» и «мастерства») в России начала 90-х практически отсутствовало, вместо этого предпочитались ценности «консерватизма» и «иерархии», являющиеся основой тенденции перекладывать заботу и ответственность в обеспечении своих потребностей на государство [1].

Анализ современных российских исследований [1, 4] показывает, что за последнее десятилетие XX века, результатом которого стало распространение и закрепление рыночных отношений, ценности россиян, особенно молодых людей, значительно изменились. На первое место выходят такие ценности, как предприимчивость, материальная обеспеченность, собственность и богатство (по методике Рокича) [4], а также самоуважение, независимость, достижение успеха, свобода [1]. Эти ценности можно отнести к полюсам «мастерства», «автономии» и «равноправия», которые, в свою очередь, являются основой демократического общества и развития системы свободного предпринимательства.

Исследования Н.М. Лебедевой [1], В.А. Хашенко [4], были проведены в относительно крупных городах (Москва, Санкт-Петербург, Ярославль, Пенза). Наше исследование проводилось в небольшом городе с населением чуть более 150 тыс. человек, основой экономики которого является градообразующее предприятие. В городах, подобных Первоуральску, среди жителей традиционно господствуют иждивенческие настроения. В большинстве своем они работают на государственных

предприятиях, а благосостояние города зависит от природных ресурсов. Современные тенденции рыночной экономики и свободного предпринимательства здесь плохо приживаются, жители не проявляют активности и продолжают надеяться на помощь государства.

В задачу конкурса входило выявление той социально-активной группы населения Первоуральска, представители которой действительно могут претендовать на внесение своей кандидатуры в управленческий кадровый резерв данного муниципального образования.

В начале исследования нами была выдвинута следующая *гипотеза*: молодые амбициозные менеджеры – участники конкурса «Новые управленцы» - отдают предпочтение ценностям, присущим западно-европейской культуре: «мастерство», «автономия», «равноправие», а большинство ценностей восточноевропейской культуры полюса «консерватизма», «гармонии», «иерархии» находятся в числе отвергаемых.

Исследование проводилось в ноябре 2002 года. В нем приняли участие 64 человека: 33 мужчины и 31 женщина. Средний возраст респондентов: 26,6 лет (от 20 до 35 лет). 62,5% участников имеют высшее образование, 14% - среднее специальное, 22% - неоконченное высшее (студенты старших курсов очной или заочной форм обучения), один участник не указал в анкете свой уровень образования.

Наряду с опросником Шварца было использовано несколько других методик, в частности, анкета, разработанная специально для данного конкурса. Анкета содержала вопросы, касающиеся возраста, семейного положения, образования, места работы и ряд других вопросов, позволяющих создать единый портрет участников конкурса. В ней присутствовал также целый ряд открытых вопросов. Например, «Через 3-5 лет я...», «Основные проблемы молодежи нашего города...», «Я участвую в конкурсе, потому что...». Ответы на эти вопросы во многом согласуются с результатами методики ценностных предпочтений Шварца, поэтому анализ данных по двум методикам мы будем проводить параллельно.

Ответы, полученные по методу Шварца, позволили выделить наиболее и наименее предпочитаемые ценности в группе респондентов. Полученные данные мы сравнили с теми, что Н.М.Лебедева получила на группе студентов в 2000 году (см. табл. 1,3). Из-за разницы в переводе теста такое сравнение не является корректным, поэтому все закономерности, выявленные при сравнении ценностных предпочтений двух социальных групп, необходимо проверять дополнительными исследованиями.

Таблица 1

Наиболее предпочитаемые ценности (сравнительный анализ)

Участники конкурса «Новые управленцы» (г.Первоуральск), 2002 год		Студенты, участники исследования Н.М. Лебедевой, 2000 год	
Ценности	М (ср.знач.)	Ценности	М (ср.знач.)
Безопасность семьи	5,98	Безопасность семьи <i>(защита семьи)³</i>	5,67
Здоровье	5,74	Здоровье	5,51
Интеллект	5,65	Верная дружба <i>(настоящая дружба)</i>	5,50
Верная дружба	5,58	Осмысленное существование <i>(смысл жизни)</i>	5,48
Целеустремленность	5,53	Интеллект	5,26
Ответственность	5,47	Самостоятельность <i>(независимость)</i>	5,26
Самоуважение	5,46	Самоуважение	5,26
Компетентность	5,41	Преданность <i>(верность)</i>	5,21
Свобода	4,36	Успех <i>(достижение успеха)</i>	5,21
Настоящая любовь	5,33	Свобода	5,16
Насыщенность жизни	5,28	Согласие с самим собой <i>(внутренняя гармония)</i>	5,10
Успех	5,25	Настоящая любовь <i>(зрелая любовь)</i>	5,10
Самостоятельность	5,20	Самостоятельная постановка целей <i>(выбор собственных целей)</i>	5,06

Прежде всего, нами анализировались ценности, оказавшиеся среди тринадцати наиболее предпочитаемых (число 13 взято по аналогии с работами Н.М. Лебедевой).

Анализ ценностей, наиболее предпочитаемых респондентами двух групп (табл. 1) показывает, что в обеих группах можно выделить

³ В скобках курсивом указан вариант перевода, которым пользовалась Н.М. Лебедева.

повторяющиеся, неизменные ценности (*безопасность семьи, здоровье, интеллект, верная дружба*). Все они, кроме интеллекта, попадают в блок «консерватизма», по Шварцу. Также значительная роль отводится ценностям «мастерства» (*успех, целеустремленность, самоуважение, компетентность*).

Наряду с этим выделяются ценности, которые более предпочитаемы одной из групп и не встречаются в списке приоритетных в другой. Так, группа студентов предпочитает такие ценности, как *преданность, согласие с самим собой, осмысленное существование, самостоятельная постановка целей*. В группе молодых менеджеров более предпочитаемыми оказываются такие ценности, как *целеустремленность, компетентность, ответственность, насыщенность жизни*. Нетрудно заметить, что среди менеджеров доминируют ценности из блока «мастерство», «аффективная автономия» и «равноправие». Для студентов, наоборот, более значимы ценности «интеллектуальной автономии», «гармонии» и «иерархии». Таким образом, менеджеры демонстрируют больше стремления к росту и профессиональному развитию.

Интересно проанализировать те ценности, которым большинство респондентов присвоили высшую оценку 7. Среди ценностей, являющихся руководящим принципом жизни, на первом месте стоит ценность *настоящей любви* - 23% респондентов (исключительно женщины) присвоили ей высшую оценку. Видимо, для романтически настроенных молодых женщин жизнь без настоящей любви является не вполне полноценной.

По 15,5% высших баллов получили такие ценности, как *мир на земле, здоровье, безопасность семьи*. Ценности *свободы и интеллекта* - по 12,5%. Эти данные, в целом, согласуются с общей картиной наиболее предпочитаемых ценностей. Неожиданным является появление в этом ряду ценности *мир на земле*. Мы далеки от мысли, что 15,5% молодых жителей Первоуральска постоянно ориентируются в своих действиях на возможность достижения мира на всей планете. По-видимому, данная ценность является отголоском мифов доперестроечного периода, не успевших забыться за последнее десятилетие.

Сопоставляя результаты методики Шварца с ответами на вопрос об основных проблемах городской молодежи, мы видим несомненную близость полученных данных. Среди основных проблем молодежи 49% респондентов называют квартирный вопрос (ценность *безопасности семьи*), 29% - отсутствие возможности получать хорошее образование (*интеллект*), 11% - плохое здоровье (*здоровье*). Кроме того, по 19,5% респондентов считают проблемами низкий материальный уровень и плохую организацию досуга, 13,5% - невозможность делать хорошую

карьеру в городе, 8% - проблему трудоустройства. Все перечисленные проблемы согласуются с ценностями блока «мастерства» и «автономии», по Шварцу.

Сравнение данных двух опросников подтверждает сделанные ранее выводы о том, что, во-первых, *безопасность семьи, интеллект и здоровье* являются наиболее значимыми ценностями для современной молодежи. Во-вторых, молодые менеджеры отдают предпочтение западноевропейским ценностям «автономии» и «мастерства».

При анализе предпочитаемых ценностей мы обнаружили любопытные межполовые различия (см. табл. 2).

Из табл. 2 видно, что в целом гендерные различия в предпочтении ценностей статистически незначимы, однако, среди предпочитаемых ценностей заметна некоторая характерная разница. Так, для женщин приоритетны ценности «гармонии» (*согласие с самим собой, мир на земле*), а для мужчин -- «мастерства» (*репутация*), «автономии интеллектуальной» (*широта взглядов*) и «аффективной» (*жизнерадостность*). Данные различия хорошо согласуются с различиями в социальных ролях мужчины и женщины. Женщина в данном случае выступает как хранительница домашнего очага и уюта в доме, а мужчина как добытчик, способный своим трудом принести благосостояние своей семье.

Анализ наименее предпочитаемых ценностей позволяет подтвердить вторую часть гипотезы о том, что традиционные ценности восточноевропейской культуры не являются приоритетными для современных молодых людей (см. табл. 3).

Н.М. Лебедева отмечает в своем исследовании, что отвержение таких традиционных русских ценностей, как *довольство своим местом в жизни, благочестие, скромность* свидетельствует об изменениях в ценностно-мотивационном блоке русской культуры [1]. Наши исследования (табл. 3) лишь подтверждают этот вывод. К списку добавились *религиозность и снисходительность*. Если посчитать, какие из ценностей набрали наибольшее число отрицательных оценок (-1 – ценность, являющаяся противоположностью основным жизненным принципам), то одними из лидеров будут *смирение* (12,5% отрицаний) и *послушание* (3%). Остается предположить, что изменения ценностных ориентаций в русской культуре являются неотвратимыми. Это и неудивительно: данные ценности являются неотъемлемой частью православной религии, а сегодня мало кто может похвастаться тем, что вырос в благочестивой христианской семье.

Таблица 2

Наиболее предпочитаемые ценности (гендерный анализ)

Мужчины		Женщины		Все испытуемые	
Ценности	М (ср. зн.)	Ценности	М (ср.зн)	Ценности	М (ср. зн.)
Безопасность семьи	6,00	Безопасность семьи	5,97	Безопасность семьи	5,98
Интеллект	5,70	Здоровье	5,90	Здоровье	5,74
Здоровье	5,58	Интеллект	5,61	Интеллект	5,65
Целеустремленность	5,58	Верная дружба	5,61	Верная дружба	5,58
Верная дружба	5,55	Насыщенность жизни	5,58	Целеустремленность	5,53
Ответственность	5,42	Самоуважение	5,55	Ответственность	5,47
Мудрость	5,42	Ответственность	5,52	Самоуважение	5,46
Свобода	5,36	Целеустремленность	5,48	Компетентность	5,41
Компетентность	5,36	Компетентность	5,45	Свобода	4,36
Самоуважение	5,36	Мир на земле	5,45	Настоящая любовь	5,33
Репутация	5,33	Настоящая любовь	5,45	Насыщенность жизни	5,28
Успех	5,33	Самостоятельность	5,37	Успех	5,25
Настоящая любовь	5,21	Свобода	5,35	Самостоятельность	5,20
Широта взглядов	5,09	Согласие с самим собой	5,32	Мудрость	5,15
Жизнерадостность	5,06	Опрятность	5,29	Опрятность	5,11

Таблица 3

Наименее предпочитаемые ценности (сравнительный анализ)

Участники конкурса «Новые управленцы» (г.Первоуральск), 2002 год		Студенты, участники исследования Н.М. Лебедевой, 2000 год	
Ценности	М (ср.знач.)	Ценности	М (ср.знач.)
Смирение	1,51	Власть	2,09
Принятие жизни такой, какая она есть	2,22	Принятие жизни такой, какая она есть (довольство своим местом в жизни)	2,13
Религиозность	2,40	Благочестие	2,21
Послушание	2,78	Смирение (скромность)	2,28
Благочестие	3,25	Отвага	2,57
Равенство	3,27	Традиции (уважение традиций)	2,82
Снисходительность	3,31	Единение с природой (единство с природой)	2,88
Социальная власть	3,40	Умеренность	2,95
Традиции	3,50	Творчество	3,01
Единение с природой	3,51	Забота о себе (потакание себе)	3,06
Умеренность	3,62	Равенство	3,21
Власть	3,91	Влияние	3,22
Отвага	4,06	Репутация (авторитетность)	3,39

Такие ценности, как *равенство* и *социальная справедливость* - «консерватизм», *власть и послушание* - «иерархия», *единение с природой, умеренность и уважение традиций* - «гармония», также являются отвергаемыми.

Интересно, что ценность *принятия жизни такой, какая она есть* набрала наибольшее количество отрицательных оценок (22%). На наш взгляд, отношение к жизни как к череде препятствий и неприятностей, которые необходимо преодолевать, является не вполне конструктивным. Умение принимать все проявления жизни и действовать согласно, а не вопреки ним, позволяет достигать своих целей гораздо быстрее и с меньшими эмоциональными потерями. Тем не менее, активное отрицание этой ценности, которая относится к блоку «гармонии», по Шварцу, еще раз подчеркивает тот факт, что сознание россиян за последнее десятилетие претерпело значительные, в целом положительные изменения в сторону активного и ответственного отношения к собственной жизни, веры в то, что от самого человека реально многое зависит.

Результаты исследования ценностей молодых жителей г. Первоуральска, участников конкурса «Новые управленцы», позволяют сделать следующие выводы:

1. Наиболее предпочитаемыми в исследуемой группе (по результатам двух различных опросников) являются следующие ценности: *безопасность семьи, здоровье, интеллект, верная дружба*. По классификации С.Шварца, данные ценности, кроме интеллекта, относятся к блоку «консерватизма». Следовательно, респонденты видят смысл жизни, прежде всего, в социальных связях и идентификации с группой. Это согласуется с традиционным представлением о коллективной ориентации русского характера. Тем не менее, такие коллективные ценности, как *равенство* и *социальная справедливость*, которые еще недавно были основными в коммунистической системе ценностей, оказались наименее предпочитаемыми. Если учесть, что ценности «автономии» занимают твердые позиции среди наиболее предпочитаемых (особенно среди мужчин), то можно согласиться с утверждением большинства современных исследователей о том, что «в сознании жителей России происходит изменение ценностей по оси «индивидуализм – коллективизм» в сторону большего индивидуализма» [1].

2. Среди предпочитаемых ценностей значительную часть занимают ценности «мастерства» (*успех, целеустремленность, компетентность, самоуважение*), «автономии» (*интеллект, насыщенность жизни, самостоятельность*) и «равноправия» (*свобода, ответственность*). Данные ценности являются основой западноевропейской культуры и, по мнению многих исследователей, очень важны для поддержания в

обществе института демократии и развития системы свободного предпринимательства.

3. К наименее предпочтительным ценностям в исследуемой группе относятся ценности «гармонии» (*единение с природой, умеренность, уважение традиций*), «иерархии» (*власть, послушание*) и некоторые ценности «консерватизма» (*равенство, социальная справедливость*). Эти ценности являются атрибутами восточной и восточноевропейской культур.

Таким образом, наша гипотеза о том, что молодые менеджеры отдают предпочтение ценностям, присущим западноевропейской культуре, а большинство ценностей восточноевропейской культуры находятся в числе отвергаемых, почти полностью подтверждается, за исключением некоторых ценностей «консерватизма», которые еще не уступили свои лидирующие позиции (см. п.1).

4. Статистически значимые гендерные различия в ходе данного исследования не выявлены, однако наблюдается тенденция большего предпочтения женщинами ценностей «гармонии», а мужчинами – «мастерства» и «автономии». Эти данные хорошо согласуются с традиционными представлениями о социальных ролях мужчины и женщины.

5. Такие ценности как *благочестие, скромность, религиозность и снисходительность*, которые традиционно считались базовыми для русской ментальности, не приветствуются современной молодежью. Это объясняется тем, что данные ценности неразрывно связаны с традициями православия, которые во многом утратили свое влияние.

В заключение хочется сказать, что полученные нами выводы могут стать толчком для проведения дальнейших, более глубоких исследований системы ценностей и ее трансформации в современной России. Можно наметить следующие направления дальнейших исследований: сравнительное изучение ценностных предпочтений жителей крупных и небольших городов, госслужащих и предпринимателей и т.д. Данные, полученные в ходе таких исследований, востребованы властными структурами, так как позволяют им более успешно разрабатывать и внедрять новые законопроекты, социальные программы, проводить социальные реформы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Лебедева Н.М.* Базовые ценности русских на рубеже XXI века // Психологический журнал. 2000. Том 21, №3. С. 73-87.

2. *Лебедева Н.М.* Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. Том 22, №3. С. 26-36.
3. Система мотивации муниципальных служащих, предприятий и общественных организаций к поддержке городских преобразований // Научный доклад на международной научно-практической конференции «Русские города на пороге XXI века: теория и практика стратегического управления». Екатеринбург: «Академкнига», 2000.
4. *Хащенко В.А.* Ценностные ориентации различных социальных групп в условиях разных форм собственности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Ред. Журавлев А.Л., Шорохова Е.В. М.: Изд-во ИП РАН, 1998. С. 107-122.

Л.В. Карапетян

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТИПОЛОГИИ ЛИЧНОСТИ

Профориентация и профотбор, проектирование и прогнозирование успешной деятельности, формирование производственных коллективов, подбор управленческих кадров, индивидуальные особенности деятельности профессионалов - вот далеко не полный перечень проблем психологии, в процессе решения которых приходится сталкиваться с необходимостью подробного рассмотрения личностных качеств человека.

Характерной особенностью современной психологической науки является комплексный, системный подход к изучению личности. Одним из вариантов осуществления идей системности и целостности в изучении личности является типологический подход, единицей описания в котором является тип как целостное образование, не сводимое к комбинации личностных черт [21].

История знает множество попыток объяснить и типологизировать личностные особенности людей. Идея выделения типов людей имеет очень древнее происхождение. На первом этапе люди как личности мало отличались между собой, и выделение характеристик человека происходило неосознанно, спонтанно, в процессе совместной жизнедеятельности; затем дифференциация личностных черт усиливалась, и первыми это отметили служители культа, писатели, деятели искусства; в дальнейшем к решению вопроса подключились профессионалы, в том числе, психологи, имеющие непосредственное отношение к изучению личностных особенностей человека [3, 4].